mediametrie

mediametrie // NetRatings

Levallois, le 12 avril 2007

COMMUNIQUE DE PRESSE

Médiamétrie//NetRatings étend la mesure d'audience de l'Internet à tous les lieux de connexion

Médiamétrie//Netratings a développé une méthode exclusive d'évaluation de l'audience tous lieux de connexions. Elle permet d'obtenir une vision exhaustive des pratiques Internet des Français, en prenant pour la première fois en compte les autres lieux de connexion, en complément du domicile et du lieu de travail.

Cette innovation enrichit le panel Médiamétrie//NetRatings qui mesure tous les mois l'audience des sites et des applications, et les habitudes d'utilisation des internautes se connectant depuis leur domicile et/ou leur lieu de travail. La nouvelle mesure permet de disposer pour la première fois d'une vue complète de l'audience d'un site depuis l'ensemble des lieux de connexion(1) : **domicile, lieu de travail et également chez des amis, parents, dans des universités, écoles, bibliothèques, cybercafés, …**

Cette innovation, proposée par Médiamétrie//NetRatings, a été approuvée par le Comité Internet de Médiamétrie, composé de 18 membres, éditeurs, agences, associations professionnelles et opérateurs représentant la profession.

Si les Français se connectent à Internet en grande majorité à domicile et / ou sur leur lieu de travail, un certain nombre de connexions sont également effectuées ailleurs : 13% des internautes se connectent exclusivement depuis un autre lieu et 32% des internautes se connectant depuis leur domicile et/ou lieu de travail se connectent également depuis les autres lieux *(Source : L'Observatoire des Usages Internet - Janvier 2007)*. Ce sont ces connexions que Médiamétrie prend en compte avec cette nouvelle mesure.

Cette extension du champ de la mesure est le résultat d'une modélisation statistique élaborée par Médiamétrie ; elle permet d'estimer l'audience Internet réalisée sur les autres lieux.

La modélisation est réalisée à partir des informations de trois études :

- Le panel Médiamétrie//NetRatings, composé de 8 500 personnes : il fournit aux agences, éditeurs de sites et professionnels du marketing les résultats d'audience de référence de l'Internet français et permet de connaître de façon détaillée l'usage et le profil des internautes depuis le domicile et/ou le lieu de travail.

- L'Observatoire des Usages Internet : cette étude de cadrage de référence regroupe les principales informations sur le profil des internautes et les principaux usages qu'ils font de l'Internet.

- Une étude développée spécifiquement pour la mesure tous lieux : elle donne, par lieu de connexion, des indications sur le profil et le comportement de la population internaute, telles que la taille, le profil socio-démographique et la fréquence de connexion, ainsi que les catégories de sites visités.

Cette méthodologie unique s'appuie sur l'expertise scientifique des équipes et sur la précision des études de Médiamétrie//NetRatings dans le domaine de la mesure de l'audience de l'Internet. A ce titre, elle fait l'objet d'un dépôt de brevet par Médiamétrie.

Médiamétrie mesurera et communiquera désormais l'audience de l'Internet en France pour tous les lieux de connexion. Ce communiqué présente ci-après en exclusivité **les résultats d'audience tous lieux de connexion de janvier 2007**.

Pour toute information presse contacter :
Laure OSMANIAN MOLINERO
Tél. : 01 47 58 97 55 - Fax : 01 47 58 09 26 - E-mail : losmanian@mediametrie.fr

mediametrie

mediametrie // NetRatings

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Tous lieux de connexion
Applications Internet exclues(3)

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Janvier 2007 - Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	**Marque** (4)	**Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion** (2)
1	Google	20 803 000
2	MSN/Windows Live	15 399 000
3	Free	14 770 000
4	Orange	14 743 000
5	Yahoo!	11 575 000
6	PagesJaunes	11 111 000
7	Microsoft	10 630 000
8	eBay	10 141 000
9	L Internaute	9 277 000
10	Wikipedia	8 663 000
11	Voila	8 470 000
12	Mappy	7 798 000
13	TF1 Network(5)	7 544 000
14	01net. Network(5)	6 408 000
15	Fnac	6 299 000
16	Lycos Europe	6 243 000
17	Skyrock Network(5)	6 242 000
18	Cdiscount.com	6 172 000
19	La Redoute	5 983 000
20	Groupe 3SI	5 769 000
21	aufeminin.com Network(5)	5 710 000
22	voyages-sncf.com	5 375 000
23	M6 Network(5)	5 366 000
24	Alice	5 362 000
25	Amazon	5 338 000
26	Doctissimo Network(5)	5 114 000
27	Bestofmedia Network(5)	4 747 000
28	AlloCine	4 631 000
29	LA POSTE	4 614 000
30	ViaMichelin	4 447 000

mediametrie

mediametrie // NetRatings

Le Top 30 des sites les plus visités en France
Tous lieux de connexion
Applications Internet incluses[3]

Source : Médiamétrie//NetRatings - Tous lieux de connexion - France - Janvier 2007 -
Copyright Médiamétrie//NetRatings - Tous droits réservés

Rang	Marque [4]	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion [2]
1	Google	20 909 000
2	MSN/Windows Live	18 088 000
3	Microsoft	17 328 000
4	Orange	15 572 000
5	Free	14 770 000
6	Yahoo!	11 897 000
7	PagesJaunes	11 111 000
8	eBay	10 141 000
9	L Internaute	9 277 000
10	Wikipedia	8 663 000
11	Voila	8 470 000
12	Mappy	7 798 000
13	TF1 Network[5]	7 544 000
14	AOL Media Network[5]	6 431 000
15	01net. Network[5]	6 408 000
16	Fnac	6 299 000
17	Skyrock Network[5]	6 245 000
18	Lycos Europe	6 243 000
19	Cdiscount.com	6 172 000
20	eMule	6 149 000
21	La Redoute	5 983 000
22	Groupe 3SI	5 769 000
23	aufeminin.com Network[5]	5 710 000
24	Apple	5 663 000
25	voyages-sncf.com	5 375 000
26	Alice	5 368 000
27	M6 Network[5]	5 366 000
28	Amazon	5 338 000
29	Real Network	5 332 000
30	Doctissimo Network[5]	5 114 000

mediametrie

mediametrie // NetRatings

Le Top 50 des sites supports de publicité, souscripteurs du service Tous lieux de connexion Applications Internet exclues[3]

Source : Médiamétrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – France – Janvier 2007 – Copyright Médiamétrie//NetRatings – Tous droits réservés

Rang	Marque [4]	Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion [2]
1	Google	20 803 000
2	MSN/Windows Live	15 399 000
3	Orange	14 743 000
4	Yahoo !	11 575 000
5	PagesJaunes	11 111 000
6	L Internaute	9 277 000
7	Voila	8 470 000
8	Mappy	7 798 000
9	TF1 Network[5]	7 544 000
10	01net. Network[5]	6 408 000
11	Lycos Europe	6 243 000
12	Skyrock Network[5]	6 242 000
13	Groupe 3SI	5 769 000
14	aufeminin.com Network[5]	5 710 000
15	voyages-sncf.com	5 375 000
16	M6 Network[5]	5 366 000
17	Alice	5 362 000
18	Doctissimo Network[5]	5 114 000
19	Bestofmedia Network[5]	4 747 000
20	AlloCine	4 631 000
21	ViaMichelin	4 447 000
22	AOL Media Network[5](*)	4 421 000
23	France Televisions	4 345 000
24	Club-Internet	4 131 000
25	Clubic.com	3 591 000
25	LeGuide.com Network[5]	3 591 000
27	commentcamarche.net	3 246 000
28	Dromadaire	3 054 000
29	Alapage	2 941 000
30	Shopping.com Network[5]	2 622 000
31	Le Monde	2 620 000
32	SFR	2 566 000
33	Boursorama Network[5]	2 254 000
34	Le Journal du Net	2 005 000
35	Groupe Express-Expansion	1 934 000
36	Le Figaro	1 878 000
37	lastminute.com Network[5]	1 849 000
38	nouvelobs.com	1 809 000
39	Caradisiac	1 789 000
40	ZDNet	1 710 000
41	RTL Network[5]	1 487 000
42	Radio France	1 459 000

43	Expedia	1 439 000
44	achetezfacile.com	1 405 000
45	Gruner + Jahr	1 404 000
46	CNET~	1 400 000
47	Meetic	1 397 000
48	Newsweb Sports Network(5)	1 359 000
49	seloger.com network(5)	1 264 000
50	Jeuxvideo.fr	1 236 000

* Hors AOL Propriétaire

Définitions et Méthodologies

DEFINITIONS

(1) **Autres lieux de connexion** : Désigne les lieux de connexion Internet autres que le domicile et le lieu de travail. Les autres lieux de connexion regroupent les lieux privés (chez des amis, parents, …), les lieux d'études (universités, écoles, bibliothèques, …), les lieux publics (cybercafés), ainsi que les ordinateurs en libre-service ou partagés sur le lieu de travail.

(2) **Visiteurs Uniques Tous Lieux de Connexion** : Il s'agit du nombre total d'individus ayant visité une marque (brand) au moins une fois pour la période concernée, quel que soit le lieu de connexion. Les individus ayant visité la même marque plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

(3) **Application Internet** : une Application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créé pour être utilisé avec Internet.
- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/video, applications de partage de fichiers média...
- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

(4) **Marque ou Brand** : le niveau « Brand » détaille l'audience des marques. Une brand est un agrégat de domaines, de sites uniques et/ou de pages rattachés à une même marque (exemple : si le site de la marque A est consultable aux adresses marqueA.fr et marqueA.com, la Brand marqueA agrégera l'audience de marqueA.fr et de marqueA.com).

(5) **Network** : Le network permet de rassembler sous un niveau unique un ensemble de sites différents réalisés par un même éditeur ou faisant l'objet d'une cession de trafic sous certaines conditions.
Sur chaque page de chacun des sites attachés à ce network, il doit être fait une mention claire de ce network, selon différentes options :
- Mention en haut de page du Network: logo du Network ou petit texte. Il est également possible d'intégrer le nom du Network dans la Brand,
- Mention du Network en bas de page: logo du Network ou petit texte
Cette mention doit être identique sur l'ensemble des pages du site concerné.

METHODOLOGIES

A/ Les Observatoires Numériques

Les Observatoires Numériques de Médiamétrie est la gamme d'études de référence en matière d'équipements et d'usages Internet et Multimédias qui permet :

- de connaître et de mieux appréhender le média Internet avec « Les 30 Chiffres clés de l'Internet » qui regroupent l'essentiel des informations du média,
- d'analyser en profondeur l'équipement multimédias des foyers français et l'évolution de la population internaute et de ses usages, avec deux grands dispositifs de suivi barométrique : la Référence des Equipements Multimédias et l'Observatoire des Usages Internet,
- de comprendre les différentes caractéristiques des secteurs de l'Internet et du Multimédia avec des études thématiques dans les domaines de l'e-commerce, de la finance, des fournisseurs d'accès Internet, des services en ligne, de la téléphonie mobile, etc.

L'Observatoire des Usages Internet : réalisé chaque mois auprès de 1 000 individus âgés de 11 ans et plus interrogés par téléphone, l'Observatoire des Usages Internet permet de regrouper les principales informations sur les internautes. Il étudie en parallèle les internautes et les non-internautes, de façon à pouvoir comparer le profil de ces deux populations. Le profil des internautes couvre une large gamme de critères d'analyse : démographiques, sociologiques, géographiques, économiques, loisirs, médias, multimédias... Pour enrichir la connaissance des internautes, ceux-ci sont interrogés sur leur type de connexion et les principaux usages qu'ils font d'Internet.

B/ Le Panel France de Médiamétrie//NetRatings

Les résultats mensuels du Panel France de Médiamétrie//NetRatings sont issus d'un échantillon de plus de 8 500 individus âgés de 2 ans et plus. Cet échantillon est représentatif de la population des internautes âgés de 2 ans et plus résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et/ou sur le lieu de travail. Dans ce communiqué, seuls sont mentionnés les sites ayant eu au moins la visite de 40 panélistes sur la période de l'enquête.

Ces informations générales concernant l'audience et les habitudes d'utilisation d'Internet peuvent être affinées en fonction des cibles (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…) et des catégories de sites (évolution des sites d'information généralistes, des sites de e-commerce, des sites de voyages…)

A propos de Médiamétrie

Médiamétrie est l'entreprise interprofessionnelle de mesure d'audience et d'études des médias audiovisuels et interactifs. Sa vocation est d'assurer la mesure d'audience et de performance des médias audiovisuels et interactifs à un niveau de qualité permettant d'en faire la référence professionnelle unique pour l'ensemble des acteurs du marché, avec le consensus général. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, le Cinéma, l'Internet, les Nouveaux Médias et la convergence des médias. En 2006, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de plus de 43 millions d'euros avec un effectif de 350 personnes. L'entreprise investit plus de 10% de son chiffre d'affaires en Recherche et Développement.

A propos de Médiamétrie//NetRatings

Médiamétrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et NetRatings qui commercialise et développe les résultats du panel Médiamétrie//NetRatings. Ce service permet de mesurer l'audience des sites Internet en France.

Comité Internet

Crée en 2001, le Comité Internet est composé de 18 membres avec voix délibérative représentant à parité les éditeurs et les opérateurs : France Télévisions, RTL Group, Lagardère Active, Radio France, TF1, AOL, France Télécom, Les Echos, Publiprint, MSN France, Groupe Orbus/Skyrock, SPQR, Yahoo, les annonceurs et leurs conseils - Carat, DDB, Havas, Publicis, UDA. Sont également représentés à titre consultatif, l'Association pour le Commerce et les Services en ligne (ACSEL), l'Association des Fournisseurs d'Accès (AFA), l'Internet Advertising Bureau (IAB France), le Groupement des Editeurs de services en ligne (GESTE) et le Syndicat des Régies Internet (SRI).